400-072-5588

2019 年
中国新风系统行业概览

行业走势图

通信研究团队

蒙可 分析师

邮箱:cs@leadleo.com

相关热点报告

- 建材装饰系列概览——2019年中国建筑装饰行业概览
- 建材装饰系列概览——2019年中国门窗幕墙行业概览
- 建材装饰系列概览——2019年红木家具行业概览

报告摘要

新风系统是将室外空气进行机械性过滤处理并强制送入建筑物内部，从而隔离 PM2.5 等室外空气污染物、稀释甲醛等室内空气污染物，净化室内空气质量，增强室内空气循环的一种独立空气处理系统，主要由新风机组、滤网管道、风口、控制器组成。中国新风系统市场规模从 2014 年 35.2 亿元增长至 2018 年 118.9 亿元，年复合增长率达 35.6%。未来，中国新风系统市场规模有望于 2021 年突破两百亿大关。

热点一：大气污染问题，促使民众关注室内空气质量

过去十年间，中国大气污染情况不容乐观，城镇居民对室内空气质量关注不断加深，为新风系统提供了较大的发展空间。

热点二：品牌效应、生产成本是主要制约因素

中国本土企业与外资企业相比，品牌认可度不高，高昂的生产成本进一步增大了企业推广难度，不利于企业扩大生产规模，制约行业发展。

热点三：新风系统智能化是主要发展趋势

物联网、人工智能等技术快速发展，将提升新风系统智能化程度，满足消费者个性化、智能化家居环境需求，推动行业向智能化方向发展。

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国新风系统行业市场综述 7

2.1 中国新风系统行业的定义及分类 7

2.2 中国新风系统行业发展历程 9

2.3 中国新风系统行业市场规模 11

2.4 中国新风系统行业产业链 12

2.4.1 上游分析 12

2.4.2 中游分析 13

2.4.3 下游分析 14

3 中国新风系统行业驱动与制约因素 15

3.1 驱动因素 15

3.1.1 大气污染问题，扩大新风系统需求 15

3.1.2 城镇居民人均可支配收入提升，消费者价格接受度提高 16

3.1.3 城镇化进程加深、房地产配套升级，推动行业发展 17

3.2 制约因素 18

3.2.1 品牌效应、生产成本制约企业规模 18

3.2.2 施工安全隐患制约行业规模 19

4 中国新风系统行业政策分析 19

4.1 中国新风系统行业政策分析 19

5 中国新风系统行业发展趋势 21
5.1 新风系统标准实施加速行业整合 21
5.2 新风系统市场下沉，产品定义差异化 22
5.3 技术进步打造智能家居 22
6 中国新风系统行业竞争格局 23
6.1 中国新风系统行业竞争格局概述 23
6.2 中国新风系统行业代表企业分析 24
6.2.1 远大洁净空气科技有限公司 24
6.2.2 深圳市霍尔新风科技有限公司 25
6.2.3 东莞市泽风净化设备有限公司 27

图表目录

图 2-1 新风系统分类 7

图 2-2 中国新风系统行业发展历程 9

图 2-3 中国新风系统行业市场规模，2014-2023 年预测 11

图 2-4 中国新风系统产业链 12

图 2-5 中国新风系统应用场景占比，2017 年 15

图 3-1 中国居民人均可支配收入以及居民人均消费支出情况，2014-2018 年 16

图 3-2 中国城镇化规模，2014-2018 年 17

图 4-1 中国新风系统行业主要政策 20

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从环境保护、智能家居等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 07 月完成。

1.2 名词解释

- **新风系统：**将室外空气进行机械性过滤处理并强制送入建筑物内部，从而隔离 PM2.5 等室外空气污染物、稀释甲醛等室内空气污染物，净化室内空气质量，增强室内空气循环的一种独立空气处理系统，主要由新风机组、滤网管道、风口、控制器组成。
- **暖通工程：**供热供燃气通风及空调工程，包括采暖、通风、空气调节三个方面，是确保室内环境可居住度的关键环节，是建筑工程的一个组成部分。
- **雾霾：**由空气中灰尘、硫酸、硝酸等颗粒物组成的气溶胶系统。高密度人口的经济及社会活动排放大量细颗粒物（PM 2.5），当排放超过大气循环能力和承载度，细颗粒物浓度将持续积聚，受静稳天气等因素影响，造成大范围的雾霾。
- **HEPA 滤网：**高效空气过滤器（High Efficiency Particulate Air Filter），指过滤性能达到 HEPA 标准的一类过滤网，即对于直径 0.3 微米以上微粒去除率达 99.97%以上的一种过滤媒介。
- **智能家居：**以住宅为平台，利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的住宅设施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。
- **OEM：**Original Equipment Manufacturer，原厂委托制造，受托厂商按来样厂商之需求与授权，按照厂家特定的条件而生产。所有设计图等都完全依照来样厂商的设计来进行制造加工。

2 中国新风系统行业市场综述

2.1 中国新风系统行业的定义及分类

新风系统是将室外空气进行机械性过滤处理并强制送入或排除建筑物内部，从而隔离PM2.5 等室外空气污染物、稀释甲醛等室内空气污染物，净化室内空气质量，增强室内空气循环的一种独立空气处理系统，主要由新风机组、滤网管道、风口、控制器组成。新风系统属于暖通工程领域，主要应用于家庭住宅、酒店等居住建筑空间和学校、医院等公共建筑空间及高端写字楼、办公楼等商业建筑空间中。

中国新风系统种类全面，根据不同需求可实现上述应用场景全覆盖。根据通风原理可分为单向流新风系统和双向流新风系统两大类。其中在单向流新风系统中，可分为正压式及负压式两种（见图 2-1）。

图 2-1 新风系统分类

通风原理	安装方式	系统结构	送风方式	优点	缺点	应用场景
双向流	吊顶式	中央式	管道式	（1）风量大、过滤效果好、循环效果好、人体舒适度高 （2）操控方便、不占用地面面积	（1）价格高、运行成本高 （2）安装复杂、后期维护有难度	大户型住宅
	组合柜式			（1）风量大、过滤效果好、循环效果好、人体舒适度高 （2）操控方便、维护简单	（1）价格高、运行成本高 （2）安装复杂、占用地面面积	商业建筑 大户型住宅
单向流	正压式 柜式	单体式	直送式	（1）价格低、运行成本低 （2）风量中等、过滤效果中等 （2）安装简单、维护简单	（1）占用地面面积、不具备热交换功能 （2）循环不充分、人体舒适度低	小户型住宅
	壁挂式			（1）价格低、运行成本低 （2）初级过滤效果 （3）安装简单、维护简单	（1）不具备热交换功能 （2）风量小、循环不充分、人体舒适度低	
	负压式			（1）价格低、运行成本低 （2）安装简单、维护简单	（1）不具备热交换功能 （2）风量小、无过滤功能、无循化、人体舒适度低	

来源：头豹研究院编辑整理

（1） 双向流新风系统：

双向流新风系统指同时具有独立进风、排风系统的一种新风系统，通过将室外新鲜空气经过滤网、送风机、送风管道、送风口等构件主动机械式送入室内后，加速室内空气循环，最后经排风口、排风管道及排风机主动机械式排至室外，完成室内空气换新。双向流新风系统应用于中央式新风系统中，包括吊顶式、组合柜式两种新风机类型。

双向流新风系统采用机械式主动排送风方式，具有过滤效果好、入室风量大，循环效果好，人体舒适度佳的优点。此外，双向流新风系统采用暗装吊顶或柜机外置安装方式，空间利用率好、外观美观。但受安装方式、系统结构复杂限制，此类系统购买、安装价格昂贵、运行成本高，且更换滤网、清洗管道等后期维护难度大，主要应用于大户型住宅、商业写字楼、学校、医院等大型建筑空间中。

（2） 单向流新风系统：

单向流新风系统指由单向机械式强送或排风与自然风结合的多元通风系统，由风机、风管、风口组成，通过机械式主动送（排）风方式（即人为形成室内外气压差），以达到换气的功能。根据工作原理可进一步划分为正压式单向流新风系统和负压式单向流新风系统：

①正压式单向流新风系统：

正压式单向流新风系统由送风机、风管组成，采用机械式主动送风方式将室外新风送入室内，使室内气压大于室外气压，在此种正压作用下，将室内空气自然排出至室外，实现室内空气换新功能。

正压式单向流新风系统具有安装简单、运行成本低等有点，适用于小户型家庭住宅。但此类新风系统结构简单，过滤效果一般，使用舒适度低于双向流新风系统

②负压式单向流新风系统：

负压式单向流新风系统由排风机组成。采用机械式主动排风方式将室内旧风排出室外，

使室内气压小于室外气压，在室内外压力差作用下，将室外空气沿建筑物通风口抽入室内，完成室内循环后再被风机排出至室外。

负压式单向流新风系统结构简单，为第一代新风系统，普通负压式新风系统不具备热交换功能，会造成室内热量损失。此外负压式单向流新风系统不具备过滤能力，与其他类新风系统相比通风效果最差。

2.2 中国新风系统行业发展历程

1924 年，英国大气污染处理专家奥斯顿·淳于 1935 年发明人类首台热交换新风系统，即现代意义上新风系统，标志着第一代新风机的诞生。伴随着人类对室内空气质量追求的不断提高，新风系统逐渐得以大规模推广应用。现代意义上人类对室内空气质量的关注最早可源于 20 世纪 50 年代欧美国家因大规模工业生产所致如比利时马斯河谷事件、洛杉矶光化学烟雾事件、伦敦烟雾事件等，这些事件引发了人类对大气污染问题的反思。 1946 年，德国标准化学会（DIN）发表 DIN1946 标准中第二部分关于《通风和空调：技术卫生要求》的修订案。该标准首次对建筑物通风标准进行了规定，不同于 1956 年英国《空气洁净法案》，DIN1946-2 修订案标志着人类首次对室内空气质量问题的关注。自 20 世纪 90 年代新风系统进入中国市场以来，中国新风系统主要经历了产品引进阶段、初步发展阶段、快速发展阶段、市场整合阶段四个发展历程（见图 2-2）：

图 2-2 中国新风系统行业发展历程

（1）产品引入阶段（20 世纪 90 年代-2002 年）

20 世纪 90 年代，新风系统开始正式进入中国市场，行业进入产品引进阶段。这一时期新风系统价格高，市场受众少，客户主要集中于北京、上海、广州等经济发达地区，主要用于为高端商务人士营造舒适的空间感及商务体验，少量应用于高端写字楼、高端酒店等商业建筑空间中。该时期，中国新风系统市场中正压单向流新风系统及双向流新风系统等高端产品以法国品牌爱迪士、美国百朗等欧美品牌为主，中国本土品牌技术落后、产品不成熟，主要生产负压单向流排气扇，中国本土新风系统市场仍未形成。

（2）初步发展阶段（2003-2012 年）

2003 年非典型肺炎、禽流感等全球性传染病疫潮的出现，促使中国新风系统行业初步发展。2003 年，初非典病毒在中国大规模爆发，增强了中国社会对室内空气质量的关注，促使医院、学校等公共建筑空间开始安装新风系统，部分高端住宅也开始安装新风系统。该时期，中国新风系统市场需求持续扩大，托马斯、博乐等欧美品牌新风系统开始进入中国市场。部分中国本土企业开始试水双向流新风系统，行业处于初步发展阶段。

（3）快速发展阶段（2013-2017 年）

2013 年 2 月，中国东部地区雾霾问题频发，雾霾问题首次被中国民众关注，中国新风系统行业进入快速发展阶段。受中国城市大气污染问题影响，民众对于新风系统认知度逐渐升高。在中国房地产行业快速发展及人均可收入水平不断上升等多元因素叠加下，新风系统在家居领域应用规模不断扩大，中国新风系统行业开始进入快速发展阶段。

（4）行业整合阶段（2018 年至今）

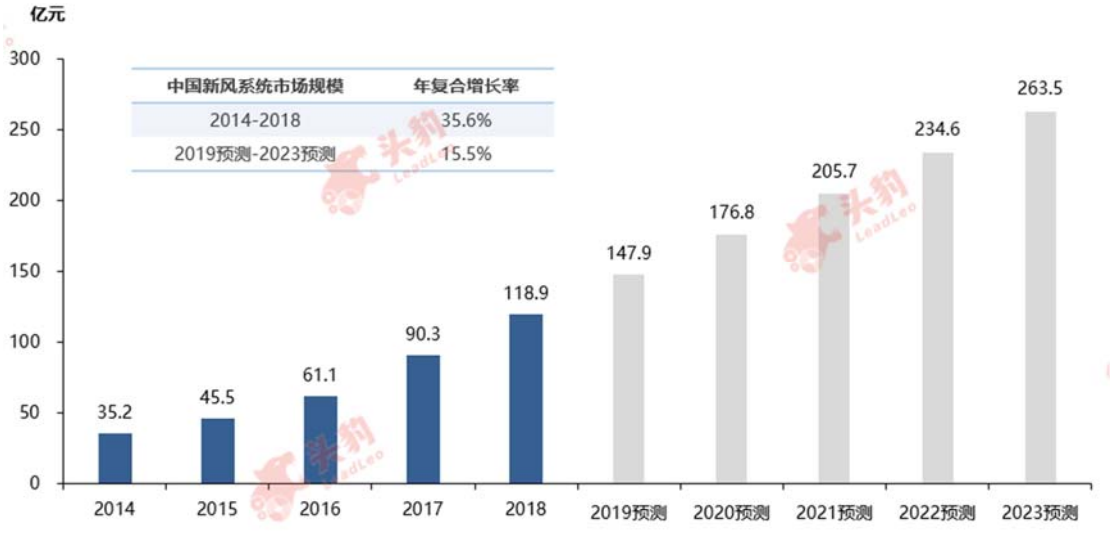
中国大气污染问题整治步伐加速，中国新风系统新标准出台，带动中国新风系统行业进入行业整合期。近五年来中国对大气污染治理力度不断加强，大气污染问题得到有效控制。此外，2018 年 7 月 1 日，《居住建筑新风系统技术规程》正式开始实施，一方面加速新风

系统走进普通居住建筑的进程，另一方面对新风系统的风量、风压、功率等净化性能提出了要求，这一标准的实施在新风系统的各项生产制造标准上对相关生产企业提出了重大挑战，标志着中国新风行业正式进入行业整合阶段，低于技术标准新风系统将无法进入市场。

2.3 中国新风系统行业市场规模

中国新风系统行业的规模发展受市场需求影响，呈现快速增长趋势。过去五年间，受中国大气污染问题影响，城镇居民对居住环境需求不断提高，市场需求持续扩大驱使中国新风系统行业市场规模快速增长。中国新风系统市场规模从 2014 年 35.2 亿元增长至 2018 年 118.9 亿元，年复合增长率达 35.6%。随着 2018 年《居住建筑新风系统技术规程》出台实施，部分中小型企业逐渐退出市场，行业进入整合阶段，但整体市场仍保持快速增长趋势，市场规模已于 2018 年突破百亿大关（见图 2-3）。

图 2-3 中国新风系统行业市场规模，2014-2023 年预测



来源：中国环境保护产业协会，头豹研究院编辑整理

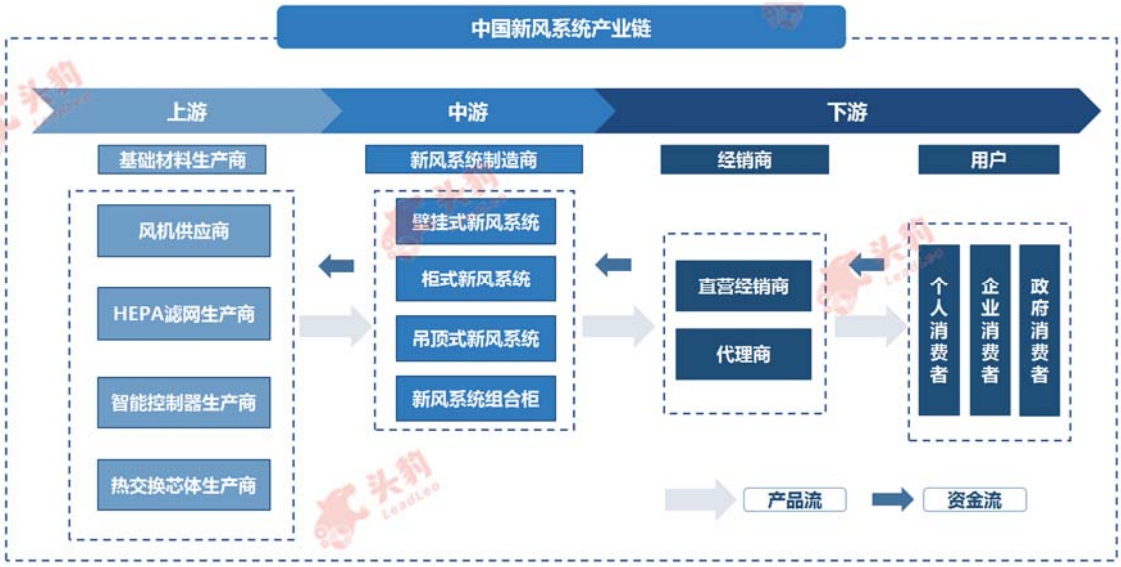
未来五年，中国新风系统行业经行业整合后，市场规模有望得到进一步增长。在 2019 年国家出台对城市老旧小住宅进行改造计划的背景下，中国新风系统行业销售量持续提升，未来中国新风系统市场规模有望于 2021 年突破两百亿大关，并于 2023 年达到 263.5 亿元

的市场规模。

2.4 中国新风系统行业产业链

中国新风系统产业链可以分为三个环节（见图 2-4）。产业链上游市场参与者主要为新风系统基础材料生产商，按照材料类型不同，产业链上游包括五大基础材料生产商。产业链中游主体是新风系统研发与制造企业，主要负责新风系统研发、生产及销售，是新风系统生产技术所有者。产业链下游涉及终端销售和终端应用场景，产品应用场景包括各类住宅、写字楼、商场、学校、医院等建筑空间。

图 2-4 中国新风系统产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

中国新风系统产业链上游参与主体为基础材料生产企业，为新风系统生产企业供应产品所需基础材料，包括：风机、HEPA 滤网、智能控制器、热交换芯体等。基础材料成本占新风系统价格 50%以上。其中 HEPA 滤网作为新风系统核心部件，使用周期较短，属于产品耗材，占中游新风系统生产企业总生产成本的 22%。上游 HEPA 滤纸市场中主要有 PP 滤

纸、玻璃纤维、复合（PP、PET）滤纸、熔喷涤纶无纺布及熔喷玻璃纤维五种 HEPA 滤网产品。自 2013 年以来，得益于中国民众对空气质量需求持续增长及玻璃纤维、合成纤维生产工艺提高，中国 HEPA 滤网行业得到迅速发展。现阶段处于产业链上游环节 HEPA 滤网生产企业中具有大规模生产能力厂家不超过十家，市场相对集中，中游新风系统生产企业对 HEPA 滤网需求量大，因此上游基础材料生产企业相对处于产业链中游的新风系统制造企业具有强势议价能力。

新风系统产品种类复杂，根据产品定位细分，各产品间风量、风噪、换热率等性能具有较大差异，所需风机、热交换芯体、智能控制器等基础材料的质量及性能具有差别。处于产业链上游的风机、热交换芯体、智能控制器等生产企业根据中游新风系统制造企业不同需求，按需研发、定量生产。上游风机、热交换芯体、智能控制器等生产企业相对于中游具有较强议价能力。

2.4.2 中游分析

新风系统产业链中游为新风系统生产商。产业链中游生产主体中主要分为三类企业：（1）欧美企业；（2）中国本土领先企业；（3）中国本土区域性中小型企业。

现阶段产业链中游新风系统制造企业参与者众多、竞争格局混乱。自2017年以来，中国新风系统行业受新国标政策出台、宏观经济放缓等多方因素影响进入行业整合阶段。从新风系统住宅配套率角度分析，中国新风系统配套率仅为21%，远小于欧美国家95%以上配套率。新风系统市场普及程度较低，整体市场尚处于上升趋势，市场潜力巨大。

早期欧美等进口品牌因发展成熟，在中国本土市场布局早，依托自身技术优势与中国代加工企业合作，品牌认知度高，在品牌效应上具有优势，市场号召力强。中国本土品牌商依托家具产业销售模式，早期通过OEM贴牌生产模式起步，并于2003年中国非典疫情爆发时

期逐渐转为自主生产模式。经过20年的发展历程，中国新风系统本土品牌现已形成少数头部企业，例如远大洁净空气、霍尔新风、泽风净化等企业。此类头部企业专注新风系统研发、生产、销售、售后服务，形成一体化运营模式。近五年来，互联网经济快速发展，少数互联网品牌依托资本整合及网络营销渠道优势，进军小型壁挂式新风系统细分领域。此类企业受品牌效应、售后服务、产品通风量等因素限制，主要消费人群为住宅面积60平米以下个人消费者，产品尚未形成消费级市场。

中国本土新风系统生产企业起步较晚，但在与欧美企业竞争过程中得到较大发展。从新风系统品牌集中度分析，长期以来中国新风系统行业相关监管政策、行业标准缺失，从业企业两级分化严重。中国本土领先企业与欧美品牌相比，本土领先企业在价格上更具优势，高中低端用户覆盖全面。中小型企业主打区域性经营，在区域渠道上具有明显优势。但新风系统随着2017年5月《通风系统用空气净化装置》GB/T 34012-2017标准及2018年7月《居住建筑新风系统技术规范》的出台实施，行业技术壁垒提高。中小型企业受资金、研发能力、品牌效应等因素影响，将被进一步被淘汰。

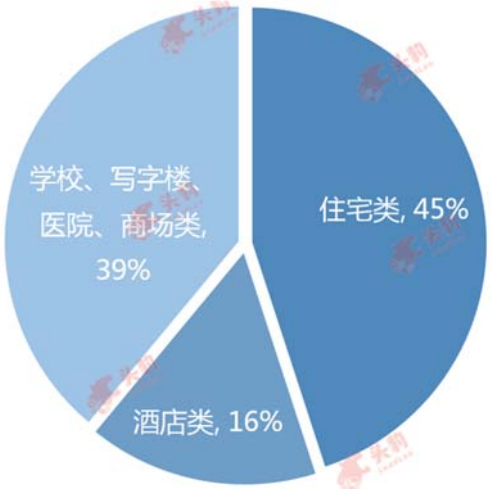
2.4.3 下游分析

新风系统产业链下游涉及终端销售机构，主要为新风系统代理商及直营经销商。

中国新风系统经销行业目前有超过两千家企业，整体呈现出多、乱、杂局面，行业集中度低，行业内多数企业为区域性小型经销商，经营模式单一，企业规模不大、实力不强，目前主要以代理加直营方式为主。对接应用领域集中在住宅、酒店、学校、写字楼、医院商城等建筑空间配套设施。根据中国环境保护产业协会公开数据显示，2017 年中国新风系统应用领域市场划分中，住宅类占 45%、酒店类占 16%，学校、写字楼、医院、商场等细分应用场景市场份额较小，综合占比 39%。其中住宅类配套新风系统中，房地产开发企业集中

采购占 60%、个人购买消费者占 40%（见图 2-5）。房地产企业住宅建筑项目中新风系统集中采购已成为趋势，中标价持续走低，将不断压缩流通企业利润空间，间接淘汰了部分代理品牌效应低、客户群体小、资金实力弱的小型经销商。同时在行业整合的不断加深以及消费者对售后服务质量要求不断提升影响下，二级、三级经销商将逐步退出舞台，经销商的利润不断向中游生产企业转移，部分新风系统头部生产企业开始布局流通领域，实现产业链向下延伸，中游生产企业的话语权显著提高。

图 2-5 中国新风系统应用场景占比，2017 年



来源：中国环境保护产业协会，头豹研究院编辑整理

3 中国新风系统行业驱动与制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 大气污染问题，扩大新风系统需求

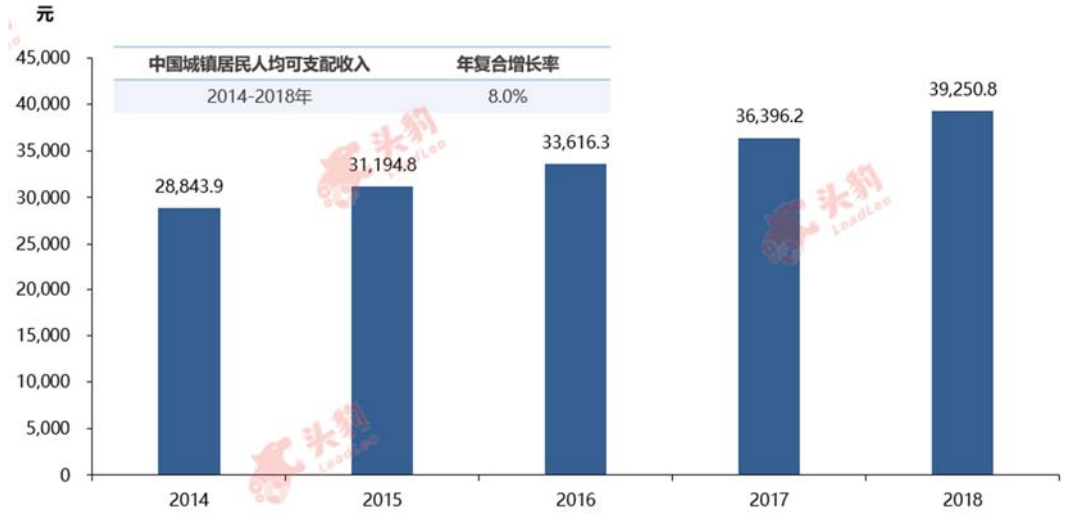
过去十年间，中国大气污染情况不容乐观，城镇居民对室内空气质量关注不断加深，为新风系统提供了较大的发展空间。改革开放以来，中国经济持续保持高速增长状态，大规模工业生产对大气环境造成了极大的负担。2013 年 1 月，北京市 30 天内连续 26 天出现重

度及以上污染级别雾霾天气。受此次事件影响，2014 年 1 月 4 日，国家减灾办、民政部首次将雾霾天气纳入 2013 年自然灾情进行通报。2013 年京津翼地区 PM2.5 平均浓度为 106 毫克/立方米，PM10 平均浓度为 181 微克/立方米，京津翼地区平均超标天数比例范围为 62.5%，其中以 PM2.5 为首要污染物的天数最多，占总污染天数 66.6%。雾霾等大气污染可对人类呼吸系统、心血管系统等造成较大的危害，欧美等发达国家已对大气环境治理提起重视。随着中国对空气质量关注度持续增加，民众环保意识不断觉醒，建筑空间内安装地新风系统可在室内进行有效换气的基础上，对空气进行过滤，因此城镇居民对新风系统购买意愿不断增加，极大推动中国新风行业快速发展。

3.1.2 城镇居民人均可支配收入提升，消费者价格接受度提高

中国宏观经济快速，促使民众可支配收入和消费水平显著提高，民众对新风系统价格接受度提升。根据国家统计局数据显示，中国城镇居民人均可支配收入从 2014 年的 28,843.9 元增长到了 2018 年的 39,250.8 元，年复合增长率为 8.0%（见图 3-1）。在宏观经济发展的带动下，城镇居民家庭的可支配收入水平将进一步提升。

图 3-1 中国居民人均可支配收入以及居民人均消费支出情况，2014-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

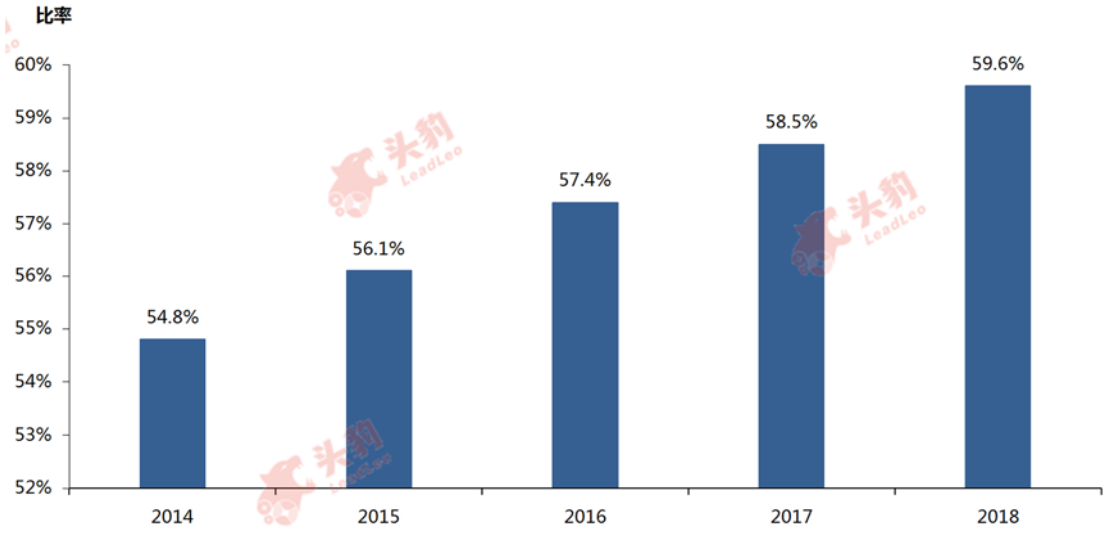
伴随着城镇居民人均可支配收入提高，中国进入了新一轮消费升级。中国城镇居民消费

能力逐步攀升，民众对健康舒适生活方式的需求逐渐提高，带动民众更加倾向于选择高质量、高性能产品。因此，城镇居民家庭更有意愿为健康家居环境买单，进一步提高生活质量。在这种消费升级驱动下，新风系统作为提高家居环境的一类房屋配套设备，逐渐被民众所接受，推动新风系统行业健康发展。

3.1.3 城镇化进程加深、房地产配套升级，推动行业发展

在中国宏观经济发展及城镇化进程驱动下，城镇人口对住房及配套设施需求促使房地产企业升级房屋配套设施，持续推动新风行业发展。在中国宏观经济快速增长背景下，城镇化进程不断加深。根据国家统计局公开数据表明，2014 年中国城镇常住人口 7.5 亿人，城镇化比率 54.8%，到 2018 年中国城镇常住人口 8.3 亿人，城镇化比率 59.6%（见图 3-2）。与欧美发达国家约 70%-80%的城镇化比率相比，未来中国城镇化率仍有较大增长空间。

图 3-2 中国城镇化规模，2014-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

自 2014 年起，房地产行业头部企业为扩大市场份额、提升品牌效应、提高楼盘形象、增加竞争差异，积极将新风系统与住宅建筑进行配套，极大促进中国新风系统行业发展。2014 年 5 月，以万科为首的房地产开发商，联合海尔、而立等 20 多家家电设备制造商共同举行了“除霾行动”发布会，会议提出将新风系统作为房屋标配设施，促进家居环境健康

化发展。同年，北京 K2 玉兰湾项目正式配套智能新风系统，提出家居品质生活概念。到 2017 年底，万科地产住宅项目新风系统配套率为 32.2%，恒大集团新风系统配套率 17.2%，碧桂园地产吸风系统配套率达 14.7%。为迎合消费者需求，房地产行业对住宅项目新风系统的配套需求持续提高，促进中国新风系统行业快速发展，未来，新风系统在中国住宅项目的配套使用率将持续上升，中国新风系统行业市场规模将进一步扩大。

3.2 制约因素

3.2.1 品牌效应、生产成本制约企业规模

与欧美发达国家相比，中国新风系统行业发展尚未成熟，本土生产企业在技术水平、研发创新性、产品先进性等方面还存在一定差距。作为中国本土企业的主要竞争者，外资企业在新风系统行业的各个细分领域仍然领先中国本土企业，对中国市场上其他参与者形成竞争压制。以美国百朗、法国爱迪士、瑞士兰舍为例，这些企业通过在中国主要城市和地区设立分支机构，形成对中国市场全面布局。最近十年，国际巨头通过兼并收购本土企业，进一步扩张中国市场，实现各细分领域突破，均已完善产业链布局。由于外资企业进入中国市场较早，品牌效应突出，中国本土企业与外资企业相比，品牌认可度不高，主打性价比优势。

在基础材料方面，新风系统 50%以上成本来源于 HEPA 滤网、控制器、风机等核心部件。以 HEPA 滤网为例，滤网生产企业自主研发能力不够，高过滤效果 HEPA 滤网价格长期处于高位，受制于滤网等核心部件价格过高，新风系统价格较高，壁挂式新风系统均价为五千元左右，柜式和吊顶是新风系统价格平均为两万元左右。高昂的生产成本进一步增大了企业推广难度，不利于企业扩大生产规模，制约行业发展。

3.2.2 施工安全隐患制约行业规模

在安装施工方面，新风系统的安装属于建筑装修类工程项目，涉及建筑物结构稳定性问题，专业匹配度较高，施工考量因素复杂，部分项目存在安全隐患，制约产品推广应用，限制行业整体市场规模。新风系统安装施工中主要考量因素包括：（1）新风口与排风口间距问题，具体涉及室外风口位置、形状；（2）建筑外立面美观问题，具体涉及风口与建筑外立面间契合度；（3）室内整体美观问题，具体涉及风口、风管的穿墙、穿梁设计施工等环节。

消费者大多追求室内美观整体，要求新风系统风管施工采用建筑物穿梁施工，易造成建筑物结构失稳问题，制约中国新风系统行业市场普及率的扩张。中国主流住宅建筑特点与欧美等发达国家不同，中国主流住宅建筑层高普遍较低。消费者对新风系统梁下穿墙施工接受度低，受消费者需求驱使，施工单位普遍采用过梁打孔方式安装风管。从建筑物施工的规范角度分析，人为对建筑物梁柱结构进行改造在严格意义上是命令禁止的。过梁主要配筋位于过梁下部，过梁打孔施工将造成过梁配筋断裂，对梁的结构强度造成削弱，影响建筑物整体结构稳定性，造成建筑物结构失稳现象。未来随新风系统施工规范出台实施，将有效解决这一安全隐患，此外受新风系统在房地产行业新增住宅中配套率提升，未来新建住宅建筑将通过设置横梁预留孔方式，为个人消费者预留新风系统风管位置。

4 中国新风系统行业政策分析

4.1 中国新风系统行业政策分析

自 2002 年以来，中国非典、禽流感等大规模疫情频发，雾霾、PM2.5 等大气污染情况较为严重，甲醛等各项室内空气质量指标超标普遍，国家对环保问题关注逐步加深，促进民众环保意识觉醒。中国政府针对大气污染治理问题及室内空气质量改善问题出台一系列相

关政策，为中国新风行业良性发展奠定良好基础（见图 4-1）。

图 4-1 中国新风系统行业主要政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《居住建筑新风系统技术规程》	2018-07	北京市质量技术监督局、北京市住房和城乡建筑委员会	该标准正式对北京地区新风系统应用提出了标准性指导方法，是中国首部关于居住建筑新风系统的技术标准，由地方政府层面推进新风系统走进普通居住建筑。该标准的发布实施，将加速中国新风系统行业整合进程
《通风系统用空气净化装置》GB/T 34012-2017	2017-05	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	该标准规定了新风系统中空气净化装的术语、定义、分类及要求，对装置试验方法、检验规则、包装、运输及贮存等环节进行了规范。该标准的实施对新风系统生产制造运输等环节进行了规范，促进中国新风系统行业健康发展
《国家环境保护"十三五"环境与健康工程规划》	2017-02	环境保护部	对重点地区、行业的主要污染物人群暴露水平及健康影响情况进行掌握，建立环境与健康监测、调查和风险评估制度及标准体系，增强科技支撑能力，推动龚总积极参与并支持环境与健康工作
《中华人民共和国环境保护法》修订版	2014-04	中国人大常务委员会	法案由原有的6章47条增加至7章70条，增强了法律的可执行性和可操作性，强化了企业污染防治责任，加大了对环境违法行为的法律制裁，对政府、企业公开环境信息于公众参与、监督环境保护做出了系统规定
《大气污染防治行动计划》	2013-09	国务院	目标到2017年，全国地级及以上城市可吸入颗粒物浓度比2012年下降10%以上，优良天数逐年提高；京津翼、长三角、珠三角等区域细颗粒物浓度分别下降25%、20%、15%左右，其中北京市细颗粒物年均浓度控制在60微克/立方米左右
《室内空气质量标准》	2002-11	国家质量监督检验检疫总局、卫生部、国家环境保护总局	该标准是中国首部关于室内空气质量标准，规定了住宅及办公建筑物室内空气质量参数及检验方法，对室内空气中与人群健康密切相关因素，包括生物、物理、化学和放射性等因素的限值及技术方法进行了规定。该标准是我国目前对室内空气质量进行"规范"的两大重要国家标准之一，也是当前进行室内空气质量检测和判定的主要依据

来源：头豹研究院编辑整理

2002 年 11 月，中国国家质量监督检验检疫总局、卫生部、国家环境保护总局联合颁布《室内空气质量标准》，该标准是中国首部关于室内空气质量标准，规定了住宅及办公建筑物室内空气质量参数及检验方法，对室内空气中与人群健康密切相关因素，包括生物、物理、化学和放射性等因素的限值及技术方法进行了规定。该标准是中国目前对室内空气质量进行“规范”的两大重要国家标准之一，也是当前进行室内空气质量检测和判定的主要依据。2013 年 9 月，中国国务院出台《大气污染防治行动计划》，目标到 2017 年，全国地级及以上城市可吸入颗粒物浓度比 2012 年下降 10%以上，优良天数逐年提高；京津翼、长三角、珠三角等区域细颗粒物浓度分别下降 25%、20%、15%左右，其中北京市细颗粒物年均浓度控制在 60 微克/立方米左右。2014 年 4 月，中国人大常务委员会颁布《中华人民共和国环境保护法》修订版，修订后法案由原有的 6 章 47 条增加至 7 章 70 条，增强了法律可执

行性和可操作性，强化企业污染防治责任，加大对环境违法行为的法律制裁，并对政府、企业公开环境信息于公众参与、监督环境保护做出了系统规定。该法案的修订完善，有效推进生态文明建设，促进民众对室内空气质量在内的环境污染问题的关注。

2017 年 2 月，中国环境保护部发布了《国家环境保护“十三五”环境与健康工程规划》，计划对重点地区、行业主要污染无人群暴露水平及健康影响情况进行掌握，建立环境与健康监测、调查和风险评估制度及标准体系，增强科技支撑能力，推动公众积极参与并支持环境与健康工作。2017 年 5 月，中国国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会联合发表了《通风系统用空气净化装置》GB/T 34012-2017 标准，该标准规定了通风系统中空气净化装的术语、定义、分类及要求，对装置试验方法、检验规则、包装、运输及贮存等环节进行了规范。2018 年 7 月北京市质量技术监督局、北京市住房和城乡建筑委员会联合出台《居住建筑新风系统技术规程》，该规程正式对北京地区新风系统应用提出了标准性指导方法，同时对其他省市规范居住建筑新风系统的设计、施工、验收、和运行维护具有指导作用。该标准是中国首部关于居住建筑新风系统的技术标准，由地方政府层面推进新风系统走进普通居住建筑。该标准的发布实施，将加速中国新风系统行业整合进程。

近十年来，中央到地方政府基于环境保护与可持续发展战略，不断加大对大气污染问题的治理力度，同时对居民住宅建筑室内空气质量提出要求，大力支持新风系统推广应用，未来，新风系统有望成为居民住宅建筑的基础配套设施。

5 中国新风系统行业发展趋势

5.1 新风系统标准实施加速行业整合

当前阶段中国新风系统行业从业企业数量众多，市场分化明显，多数为区域性中小型规

模企业，行业集中度不高，行业趋于加速整合。多数中小型企业受技术、资金等因素限制，产品同质化严重，缺少核心竞争力，在产品空气净化率、运行功率等相关使用性能上与行业领先企业存在较大差距。尽管整体市场规模处于扩大趋势，但在国家力推产业升级的前提下，中国环保政策趋严，新风系统标准逐渐完善与实施，未来，中国新风行业内中小规模生产线将面临逐步减产或淘汰的局面。整体行业加速整合，部分头部企业将不断向产业链上游延伸，积极开发产品应用领域、扩大生产规模、优化生产工艺，从而降低单位生产成本，提高盈利水平。因此，未来中国新风系统市场竞争格局面临较大变动，头部企业通过打造品牌效应，扩大市场份额，整体市场集中度有望进一步提升，行业整合速度进一步加快。

5.2 新风系统市场下沉，产品定义差异化

现阶段中国新风系统产品定位尚属高端家居产品，未来新风系统市场将进一步细分，整体市场下沉。在中国新风系统快速发展阶段，高端家居这一产品定位可有效推动新风系统推广应用，如今中国新风系统行业进入行业整合期，高端家居定位下新风系统市场规模增长有限。随着中国城镇居民对室内空气质量追求持续提高，促进新风系统市场进一步细分，整体市场下沉。头部企业在扩大品牌效应的同时，将在现有新风系统标准基础上，进行性能及功能差异化发展，从而同时满足不同收入水平消费者需求，扩大市场规模。

此外，伴随着 2018 年中国新风标准实施及消费者对新风系统认知度提高，新风系统各类性能指标得到消费者广泛关注，仅具备初级或中级过滤效果新风系统将被市场淘汰，因此高效过滤、节能环保、智能化产品将是中国新风系统行业未来发力点。

5.3 技术进步打造智能家居

物联网、人工智能等技术快速发展，将提升新风系统智能化程度，满足消费者个性化、

智能化家居环境需求，推动行业向智能化方向发展。

嵌入式开发及物联网技术的完善将打破新风系统在智能家居时代“信息孤岛”效应，打通传统独立家居设备间因无法关联互动、共享信息所形成联网应用障碍。在家居物联网技术支持下，家庭用户可通过处于局域网中智能手机、平板电脑、个人电脑等任意智能设备对新风系统进行访问，远程控制新风系统运行状态，实现新风系统云端控制，提升新风系统使用便捷性。

语音识别、图像识别、自然语言处理等人工智能技术落地，将促进新风系统“智能化升级”，为新风系统提供人机交互渠道。未来新风系统与人工智能技术结合后，将具有感应、自适应、自学习等智能化功能。系统通过对用户作息习惯、行为模式等相关数据收集，解析用户日常生活轨迹，并根据用户生活模式调节室内空间的通风情况。此外通过与智能照明、智能结局、智能安防等其它智能家居设备联动运行，智能新风系统可在为用户提高居住舒适度同时，兼顾节能环保效应，从而为用户提供实际意义上的智能化、个性化服务。

6 中国新风系统行业竞争格局

6.1 中国新风系统行业竞争格局概述

中国新风系统行业与欧美等发达国家相比，整体产量及消费量普遍偏低。行业从业企业普遍规模较小，存在研发与设备投入不足等问题。欧美等国家新风系统生产商主要由暖通工程领域龙头企业构成，中国本土相关企业在资本投入、发展时间、研发力度等方面上远逊于美国百朗、日本大金、德国博士等国际企业。但在 2000 年后，中国本土新风系统品牌在与欧美等国际品牌竞争中得到快速成长，当前中国国产新风系统与进口产品质量间差异性不大。

从市场份额角度来看，中国新风系统行业竞争差异化明显。现阶段中国新风系统行业从业企业数量超过 200 家，整体市场内白朗、兰舍、远大洁净空气、霍尔新风、泽风净化等头部企业市场份额不断上升，占据市场主体地位；中小型企业占整体市场份额不足 20%，此类企业研发能力薄弱，产品同质化严重。随着中国新风系统市场趋于成熟，产品品牌效益愈发凸显，消费者更趋向于购买市场认可度高的头部企业产品，在这种购买意向影响下，中小型企业市场空间被进一步压缩。

6.2 中国新风系统行业代表企业分析

6.2.1 远大洁净空气科技有限公司

6.2.1.1 公司概况

远大洁净空气科技有限公司（简称“远大洁净空气”）成立于 2010 年，位于长沙市经济技术开发区远大城，隶属于长沙远大科技集团。经营范围包括空气净化机、新风机、生命手机、环境仪的研发、生产制造、销售、保养、维修、清洗及新风系统方案技术服务。企业提供新风系统方案设计、安装、售后一站式空气治理服务，是中国新风行业龙头企业。旗下产品覆盖 99.9%过滤 PM2.5 洁净新风机，以及从商用、家用到穿戴全系列洁净空气产品和空气检测仪器。

6.2.1.2 竞争优势

（1） 背景优势

远大洁净空气隶属于长沙远大科技集团。集团总部设于长沙市，员工超过 3000 人，产品覆盖全球 80 多个国家地区，下设远大空调有限公司、远大洁净空气科技有限公司、远大

能源利用管理有限公司、远大可建科技有限公司共 4 家全资子公司。集团建设有总面积达一平方公里远大城科技园区，是中国第一个以企业名字命名科技园区。集团研发能力处于全球领先水平，包括全球第一台发电尾气非电空调、洁净新风机、工程化可持续建筑等数十项发明。

（2） 运营优势

远大洁净空气有完备的营销决策及行动机制。企业针对不同区域市场环境特点，制定灵活有效的营销策略以进入市场。与此同时，远大洁净空气不断探索新型市场营销策略和营销新思路，依托集团优势满足跨区域客户供应需求，产品现已基本覆盖中国各主要大中型城市地区。

（3） 优质服务优势

远大洁净空气是一家集新风系统研发、生产、销售、保养维修一体化服务的新风系统生产商。成立至今已服务了包括：三一重工、清华附中、搜狐、正大集团、国家电网、中国石油、万达集团、百度等多家优质客户，业务覆盖企业至个人客户全领域，在家装、工装领域室内通风方面积累有大量经验。为了实现更好的售后服务，远大洁净空气还进行全国范围内的终端培训提升工作。在终端培训的过程中，公司对一线工程师、客户代表进行统一培训，只有经过培训的这些工程师和客户代表才能够上岗工作。除培训外，远大洁净空气还定期对全国售后服务进行督导检查，通过用户实时反馈进行对每一位一线工程师和客户代表的工作评级，并通过反馈结果制定相关改善措施。

6.2.2 深圳市霍尔新风科技有限公司

6.2.2.1 公司概况

深圳市霍尔新风科技有限公司（简称“霍尔新风”）是一家集科研、生产、销售、服务

为一体的高新技术企业，是中国室内空气新风行业优秀制造商与优质服务提供商。公司旗下拥有"Kinghonor"“霍尔”“金信”等市场领先新风品牌，现有科研人员近百人，职工 500 余人。霍尔新风于 2016、2017 年连读评为全国十大品牌，并于 2018 年初由深圳政府入股，是中国大型新风系统生产厂商。截至到 2017 年，霍尔新风（Kinghonor）产品已远销全球近 100 多个国家和地区，并获得了全球客户的一致认可。近年来企业年产值逾 2 亿人民币，现已成为中国新风系统领域具有重大影响力的国家级高新技术企业。

6.2.2.2 竞争优势

（1） 研发优势

霍尔新风研发团队由空气净化领域专家文明勋总裁领衔，拥有业界十多位博士、硕士以上学历专业人才。霍尔新风对各方面优势资源有效整合，与中国航天、中国科学院、中国海洋大学、香港城市大学等国内著名高校和研究院所知名教授专家组成顾问团队。公司经过多年积累整合已拥有专利 60 余项，其中发明专利 12 项，主导和参与起草了多项国家和行业标准的制定工作，有望形成企业独有技术创新圈。

（2） 核心技术优势

霍尔新风在湖北省赤壁市具有中国最大的新风系统产业园区，年产能达 50 万台，具有先进设备及成熟工艺。产品线覆盖壁挂、柜式、中央吊顶式新风系统等五大系列二十九个单品，在 100-10000 立方米每小时风量上各机型成熟，可无缝匹配家庭、校园、办公、医院等场景，满足市场需求。其产品具有 NEPT 高效净化技术、双向冷热交换技术、三效节能技术、专业静音技术、智能控制技术、无死角循环风技术。产品品质把控流程成熟，公司拥有大型精密检测仪器，满足产品出厂检测质量，产品品质符合 ISO9000、GB/T28001 质量管理体系。产品在祛除率、净化精度、净化速度等指标上并行提升，可有效保障室内空气质量。

其中 E301、E602、E803 等医用新风机，达到高标准医院空气净化设备设计要求，在空气洁净度级别、送风方式、低噪音范围等方面性能突出，是国内少数生产医用型新风且取得专利的企业。

（3） 营销优势

霍尔新风拥有较强营销优势，其销售网络遍布中国多个省市地区。霍尔新风除了普通新风系统经销商外，还与房地产公司、学校、医院等合作，其销售网络布局广阔，能够保障旗下新产品在 5-7 天的时间内覆盖到全中国市场。在市场营销方面，霍尔新风结合新风系统市场特点、消费者购物倾向及市场竞争格局等因素进行综合考虑，依托品牌提升策略，通过细分受众精准定位，推广旗下产品，通过扩大品牌效应带动新产品销售。在产品渠道方面，霍尔新风通过实施区域独家代理等市场保护制度稳定产品销售价格，有效解决经销商之间、经销商与厂商之间利益分配问题。

6.2.3 东莞市泽风净化设备有限公司

6.2.3.1 公司概况

东莞市泽风净化设备有限公司（简称“泽风净化”）是一家致力于研发和生产改善室内空气品质的新风系统生产企业，具有十年暖通工程领域技术沉淀及一站式新风系统解决方案服务能力。泽风净化至力于改善家居、办公、商业、公共等室内空气环境，旗下家用单室壁挂新风系统、柜式中央新风系统、吊顶式新风系统等 20 多种规格系列产品已达行业领先水平，充分满足不同消费群体需求。其自主研发高效冷热交换芯体、零臭氧封闭集尘电场等技术均具备中国新风行业领先优势。

6.2.3.2 竞争优势

（1） 产能优势

泽风净化建有 15,600 平方米生产基地，设有钣金车间、冲压车间、注塑车间、组装线、研发、测试等工作区域，生产加工能力位居中国新风行业前十，年生产能力达 500 万台，在中国新风行业积累有丰富专业知识及经验。2018 年企业总产值 1.5 亿元，至 2020 年计划总产值突破 5 亿元。

（2） 市场优势

泽风净化拥有从材料到成品制作和完善的新风系统生产线，各类新风系统获得了良好市场反馈及客户满意度。此外，泽风净化参与编制新风行业《通风系统用空气净化装置》，《住宅新风系统技术规范》等共计 9 项标准，涵盖从国家至企业层面的行业规范制度。泽风净化通过积极参与标准规范的起草及制定，在行业相关技术发展方向和市场创新方向上具有较强把控能力，具备市场竞争主导权。

（3） 渠道优势

泽风净化旗下共有“泽风”品牌 20 余款产品，涉及家庭新风净化类产品、房产工程类新风产品、学校类新风产品。泽风净化目前建立了多元化渠道体系，能够对一二三线市场实现全覆盖，与国美、苏宁等家电专业连锁、天猫、京东等电商平台保持良好战略合作关系。在自有渠道建设方面，泽风净化在部分省市教育市场、房地产配套市场、零售市场及医疗养老市场等领域取得较好销售成绩，目前企业主打销售渠道下沉，扩大县级市等区域市场规模。泽风净化依托其全套产品线优势，建设智慧成套场景体验店，实现市场终端成套展示、成套设计、成套销售和成套服务，进而提升渠道终端黏性。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展

四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报

图说

表说

专家说

数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。